

Adatból – Információ

Big Data a reklámpiparban

advertising
server

The logo for 'advertising server' is centered. The word 'advertising' is in a dark grey sans-serif font, and 'server' is in a green sans-serif font. Below the text, there are two horizontal wavy lines in shades of green, with the top line being a darker shade than the bottom one.

Szutor Ferenc

Adverticum Zrt.

1994 – az első banner



44% CTR

Célzás és adatok használata nélkül.
A HotWired felületén.

1997 – elindul a google.com

2000 – startol a Google AdWords



PPC alapú kampányok,
AdWords self-service portal

2005 – az Adverticum Adserver felhasználói adatbázis alapján célozható kampányokat szolgál ki.

2010 – az Adverticum adatbázist épít a ügyfelei részére a felhasználói adatokból.

The word "adverticum" in a dark grey sans-serif font. A small green horizontal bar is positioned under the first few letters of the word.

2015

Az automatizált rendszerek a hirdetések 2-3%-át értékesítik, mivel nincsenek megfelelő adatok a hazai internetezőkről.



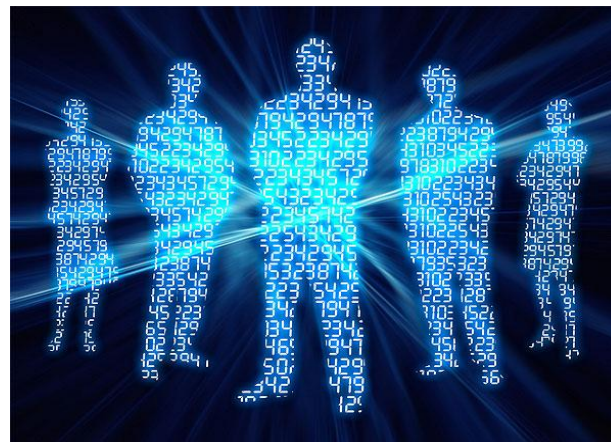
Programmatic Buying

Mi az adat?



- Önmagában nem használható
- Jellemzően nagyobb terjedelmű
- Feldolgozással információvá alakítható

Mi az információ?



- Döntést segíti
- Gyorsan hozzáférhető
- Jellemzően kisebb terjedelmű

Példa:

– Adat:

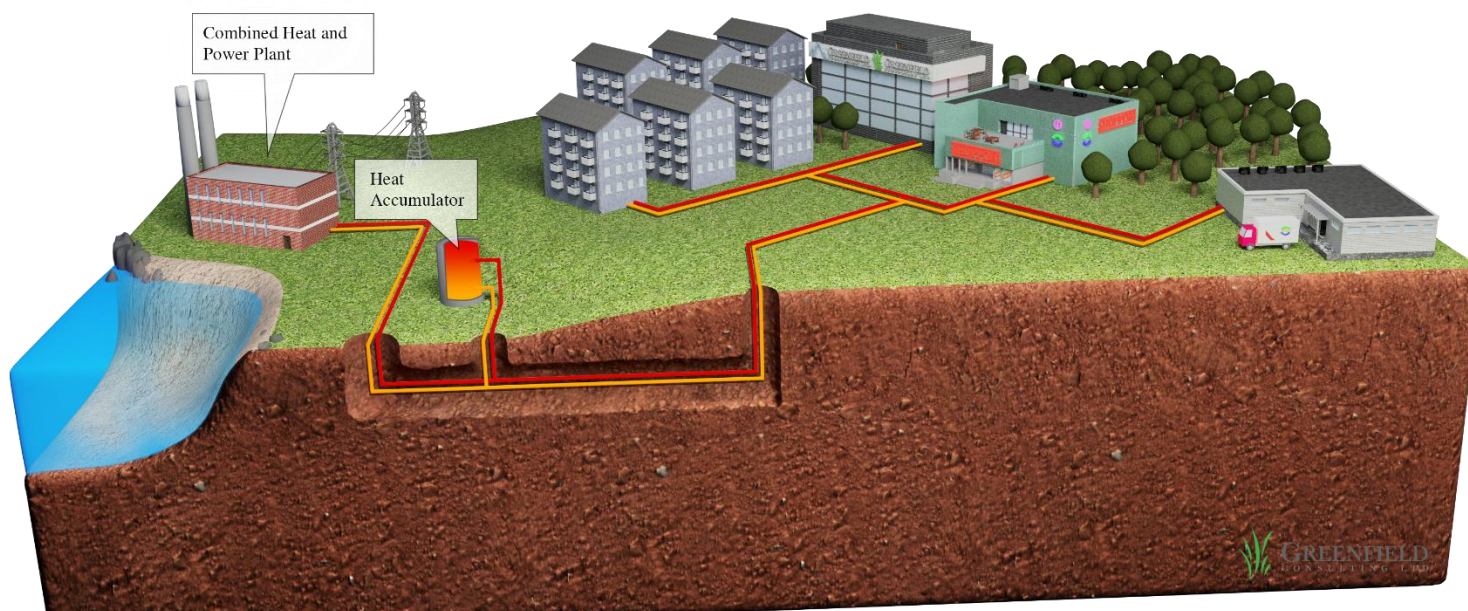
A föld fejlett országaiban adott területeken
hogyan használnak az emberek egy
„okostermosztátot”. (Nest - Google)



Példa:

– Információ

Az adott hőmérséklet eléréséhez mennyi fűtésre/hűtésre van szükség.



Big Data – „Tegyük el, jó lesz az még valamire!”

- Minél több adat eltárolása
- Akár több évnyi adat utólagos feldolgozása
- Újabb és újabb lekérdetés meghatározható

Sok esetben a kinyerendő információk köre előre,
az adat gyűjtése előtt meghatározható!

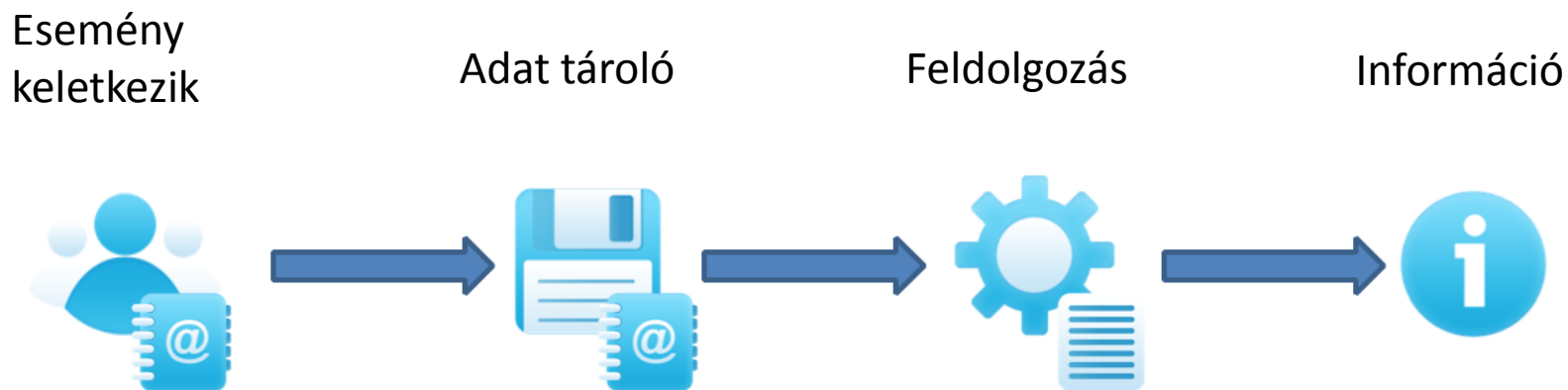


Smart Data – „Többet észszel, mint erővel!”

- Csak a releváns adatok feldolgozása
- Célzottan, konkrét egybeeséseket vizsgál
- Adatfeldolgozás akár valós időben
- Újabb feldolgozás csak azonos vagy szűkebb peremfeltételek esetén végezhető

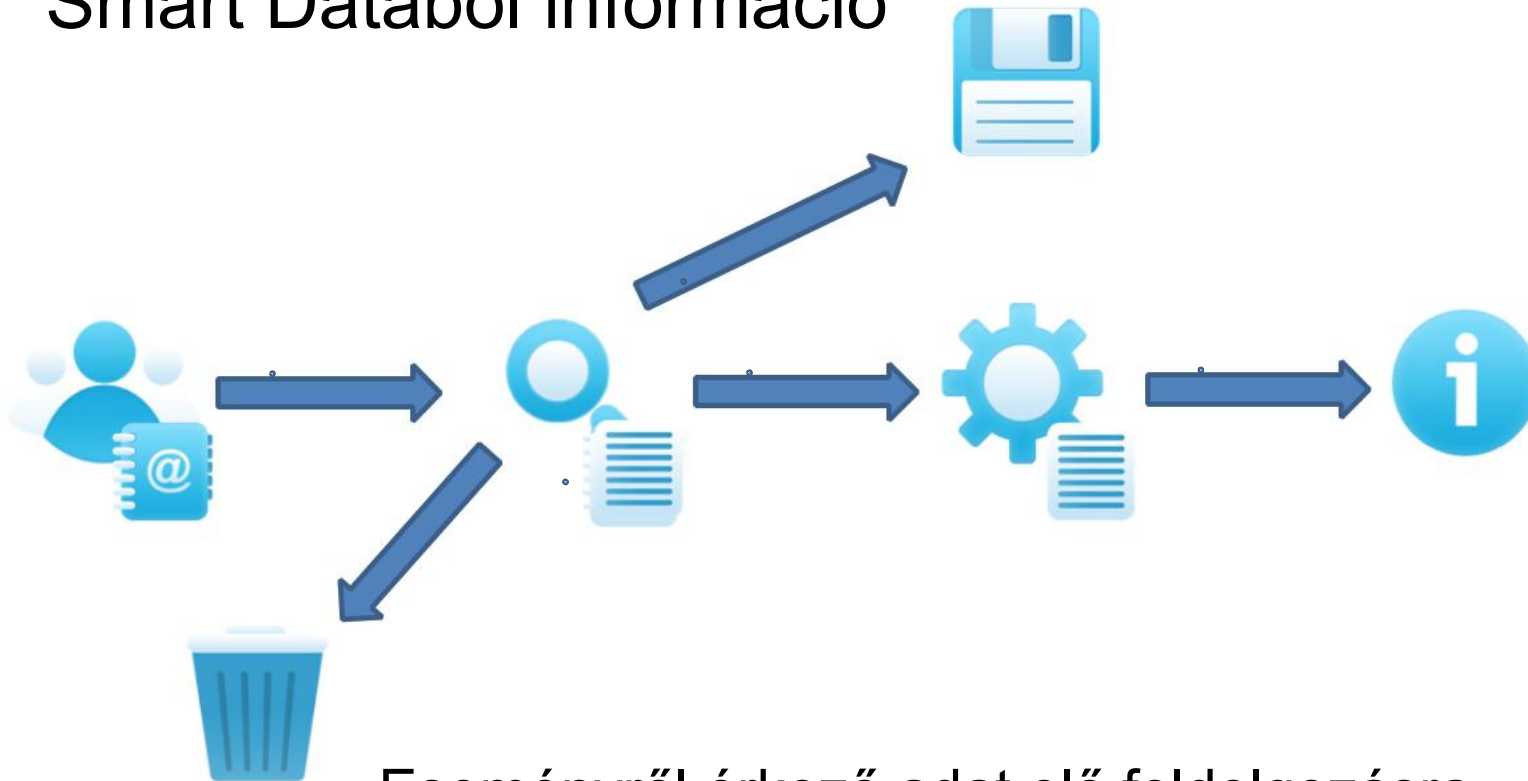


Big Datából információ



- Eseményről adat keletkezik és eltárolásra kerül
- A tárolt adatok feldolgozódnak
- A feldolgozás eredménye az információ

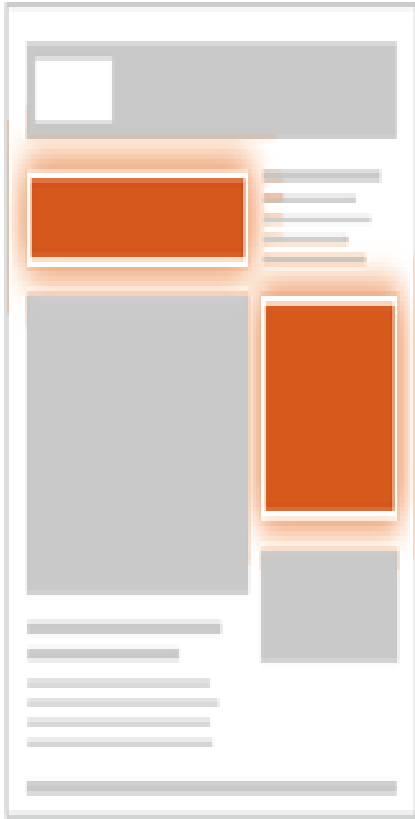
Smart Datából információ



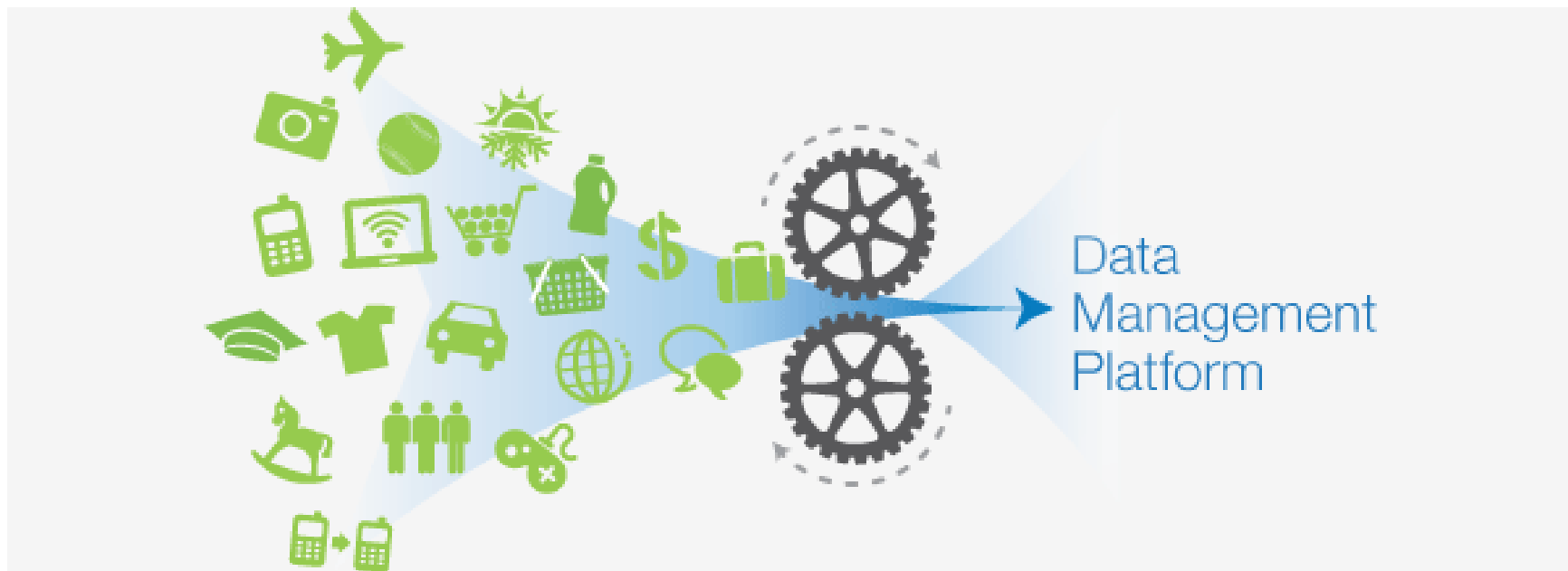
- Eseményről érkező adat elő feldolgozásra kerül
- Releváns adat elmentése és továbbítása feldolgozásra
- A feldolgozás eredménye az információ

A mentett adatok további feldolgozására is kerül

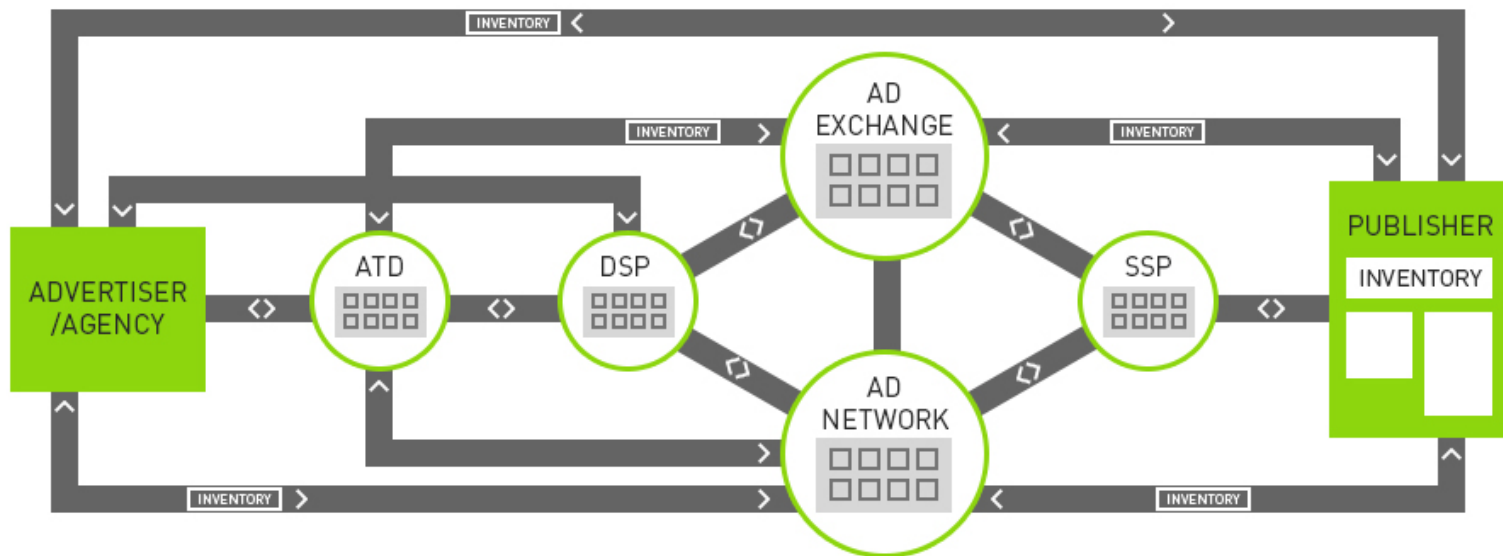
Miért hasznosabb a Smart Data a hirdetéskiszolgálásban?

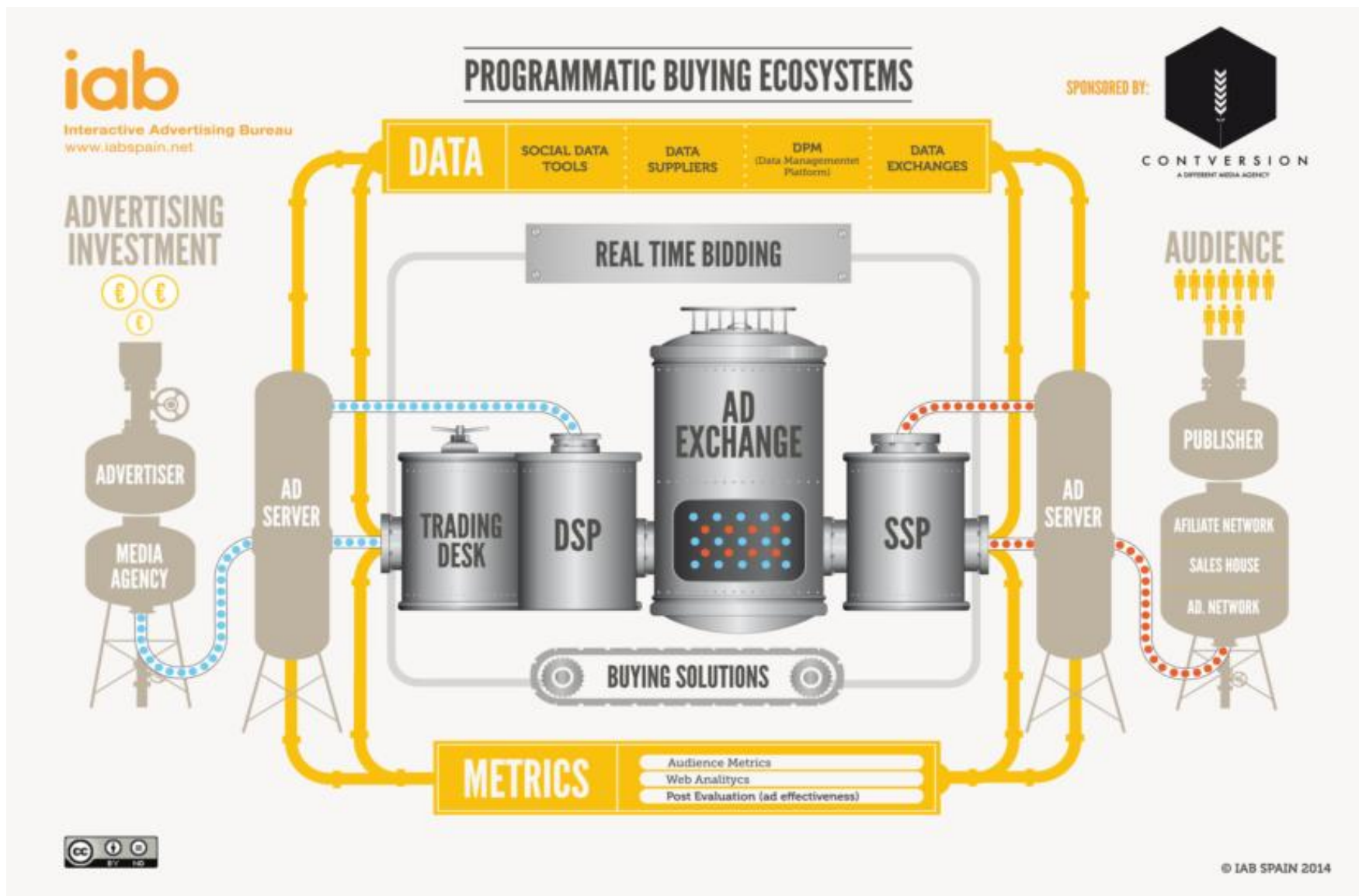


- Egy eseményhez számos adat köthető
- Az adatok nagy része sokszor csak speciális esetek és targetálások miatt keletkezik
- Az információra real time (valós időben) van szükség
- Egy kampány megtérülésénél fontos, hogy a hozzá tartozó számok költséghatékonyan álljanak elő



Programmatic buying







Köszönöm a figyelmet!

Szutor Ferenc
fszutor@adverticum.com